Uniwersytet Gdański

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Zarządzanie małym przedsiębiorstwem , PG_00199267		
Kierunek studiów	Międzynarodowe stosunki gospodarcze (O)		
Data rozpoczęcia studiów	październik 2026 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu	2028/2029
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie	Grupa zajęć	Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć fakultatywnych Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji	na uczelni
Rok studiów	3	Język wykładowy	polski
Semestr studiów	6	Liczba punktów ECTS	3.0
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia	egzamin
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Ekonomiczny -> Katedra Makroekonomii		
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot	dr Andrzej Poszewiecki	
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu		

Formy zajęć							
	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	15.0	15.0	0.0	15.0	0.0	45
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						

Aktywność studenta i liczba godzin pracy					
	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów	Udział w konsultacjach	Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	45	0.0	30.0	75

Cel przedmiotu	Zapoznanie studentów z zasadami prowadzenia małego przedsiębiorstwa, z jego specyfiką i uwarunkowaniami działania m.in. przy wykorzystaniu programu Statistica.

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[MSGL3_W15] ma zaawansowaną wiedzę o zarządzaniu podmiotem gospodarczym na rynku międzynarodowym, zna i rozumie strategie oraz narzędzia marketingowe wykorzystywane w tym zarządzaniu	Student zna strategie marketingowe i narzędzia promocji skuteczne w sektorze małych przedsiębiorstw na rynku międzynarodowym.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[MSGL3_W06] zna i rozumie relacje między podmiotami gospodarczymi i instytucjami publicznymi funkcjonującymi w sferze krajowej, międzynarodowej i międzykulturowej	Student rozumie, jak małe przedsiębiorstwa współpracują z instytucjami publicznymi przy rejestracji i rozwoju działalności gospodarczej.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[MSGL3_W04] ma zaawansowaną wiedzę o różnych rodzajach i istotnych elementach struktur podmiotów i organizacji gospodarczych oraz instytucji publicznych	Student zna strukturę organizacyjną małych firm i potrafi ją dostosować do specyfiki rynku lokalnego i zagranicznego.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[MSGL3_U13] posiada umiejętność przygotowania prezentacji i wystąpień ustnych w języku polskim i języku obcym, dotyczących wybranych zagadnień szczegółowych z zakresu międzynarodowych stosunków gospodarczych (w powiązaniu z wybraną specjalnością na kierunku międzynarodowe stosunki gospodarcze), z wykorzystaniem ujęć teoretycznych, specjalistycznej terminologii, zasad gromadzenia różnych źródeł danych, ich opisu i interpretacji oraz wnioskowania na bazie literatury naukowej	Student przygotowuje prezentacje dotyczące strategii ekspansji małych firm na rynkach zagranicznych, posługując się terminologią branżową, a założenia i postępy zadania projektowego omawia podczas bloków projektowych (konsultacji).	[SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[MSGL3_U04] wykorzystuje posiadaną wiedzę teoretyczną z zakresu ekonomii do analizy i oceny funkcjonowania podmiotów gospodarczych na rynku międzynarodowym, ze szczególnym uwzględnieniem rynku Unii Europejskiej	Student analizuje wpływ strategii podatkowych na konkurencyjność małego przedsiębiorstwa na rynku UE.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[MSGL3_U02] potrafi oceniać zjawiska gospodarcze i społeczne zachodzące w gospodarce otwartej, interpretować niezbędne w tym zakresie dane statystyczne oraz wskaźniki ekonomiczne, a także prognozować zjawiska i procesy gospodarcze z wykorzystaniem standardowych metod i narzędzi stosowanych w naukach ekonomicznych	Student potrafi ocenić potencjał rynkowy nowej małej firmy, analizując dostępne dane rynkowe i prognozując możliwe scenariusze jej rozwoju.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[MSGL3_U01] potrafi prawidłowo interpretować i wyjaśniać zjawiska gospodarcze i społeczne, analizować ich przyczyny, przebieg oraz powiązania między tymi zjawiskami, korzystając z posiadanej wiedzy z ekonomii, finansów i międzynarodowych stosunków gospodarczych	Student interpretuje zależności między lokalizacją, strategią marketingową a sukcesem małego przedsiębiorstwa.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[MSGL3_U06] potrafi zidentyfikować wybrane rodzaje ryzyka związanego z działalnością międzynarodową przedsiębiorstw oraz prawidłowo ocenić ich konsekwencje	Student identyfikuje ryzyka związane z internacjonalizacją małego przedsiębiorstwa i proponuje sposoby ich minimalizacji.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[MSGL3_U07] potrafi realizować transakcje handlowe na rynku międzynarodowym, wybrać i zastosować odpowiednią formę rozliczenia transakcji, analizować i krytycznie oceniać przebieg transakcji	Student analizuje możliwości realizacji transakcji zagranicznych przez małe przedsiębiorstwo oraz ocenia ich opłacalność.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny

Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
[MSGL3_K04] wykazuje gotowość do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy; dostosowuje się do nowych sytuacji i warunków, podejmuje wyzwania kreatywnego myślenia, jest odporny na porażki, umie identyfikować zagrożenia oraz ocenić ryzyko ich wystąpienia	Student wykorzystuje kreatywne myślenie w tworzeniu nowych usług lub produktów w małym przedsiębiorstwie, oceniając ryzyko ich wdrożenia.	[SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SK4] test/egzamin - ustny lub pisemny
[MSGL3_K05] prawidłowo identyfikuje, diagnozuje i rozstrzyga dylematy oraz różne warianty rozwiązań związane z wykonywaniem zawodu	Student identyfikuje dylematy etyczne w zarządzaniu małym biznesem i proponuje odpowiedzialne rozwiązania.	[SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SK4] test/egzamin - ustny lub pisemny
[MSGL3_K06] wykazuje gotowość do kierowania się w życiu zawodowym etyką biznesu i społeczną odpowiedzialnością biznesu, poszanowania dla innych oraz bycia lojalnym wobec pracodawcy	Student wykazuje postawę odpowiedzialności społecznej i etycznej w prowadzeniu małego przedsiębiorstwa.	[SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SK4] test/egzamin - ustny lub pisemny

Treści przedmiotu	1. Charakterystyka małych przedsiębiorstw - zostaną uwzględnione m.in. definicje małych firm, ich rola w gospodarce, cechy charakterystyczne i znaczenie sektora MSP w Polsce i na świecie. 2. Osobowość a zarządzanie małym przedsiębiorstwem - zostaną uwzględnione m.in. cechy przedsiębiorcy, style zarządzania w małych firmach oraz wpływ osobowości właściciela na rozwój przedsiębiorstwa. 3. Strategie życiowe jednostek i przedsiębiorczość. Home business - zostaną uwzględnione m.in. typologie strategii życiowych, motywacje do zakładania firm domowych oraz przykłady działalności home business. 4. Tworzenie kreatywnych idei na nowy biznes - zostaną uwzględnione m.in. źródła pomysłów biznesowych, wykorzystanie trendów rynkowych i technik kreatywnego myślenia do generowania koncepcji biznesowych. 5. Planowanie nowych firm - zostaną uwzględnione m.in. etapy planowania działalności gospodarczej, tworzenie biznesplanu oraz analiza opłacalności nowego przedsięwzięcia. 6. Wiedza biznesowa i know-how - zostaną uwzględnione m.in. definicja know-how, znaczenie wiedzy branżowej w małych firmach oraz sposoby jej pozyskiwania i ochrony. 7. Lokalizacja biznesu - zostaną uwzględnione m.in. kryteria wyboru lokalizacji, analiza otoczenia biznesowego oraz znaczenie miejsca prowadzenia działalności dla sukcesu firmy. 8. Marketing małej firmy - zostaną uwzględnione m.in. strategie marketingowe w MSP, narzędzia marketingu niskobudżetowego oraz budowanie przewagi konkurencyjnej. 9. Budowa relacji z klientami - zostaną uwzględnione m.in. techniki budowania lojalności klientów, obsługa klienta w małych firmach oraz znaczenie relacji długoterminowych. 10. Finansowanie małego biznesu I. Wybór formy opodatkowania - zostaną uwzględnione m.in. dostępne formy opodatkowania działalności gospodarczej w Polsce oraz ich wpływ na rentowność biznesu. 11. Finansowanie małego biznesu II. Strategie finansowania kapitału trwałego i obrotowego - zostaną uwzględnione m.in. źródła finansowania inwestycji, kredyty, leasing oraz zarządzanie kapitałem obrotowym. 12. Strategie ekspansji małego przedsiębiorstwa - zostaną uwzględnione m.in. rozwój organiczny, franczyza, alianse strategiczne i przejęcia w kontekście MSP. 13. Wchodzenie na rynki zagraniczne: internacjonalizacja MSP - zostaną uwzględnione m.in. motywy internacjonalizacji, strategie wejścia na rynek zagraniczny i bariery ekspansji. 14. Wykorzystanie potencjału internetu - zostaną uwzględnione m.in. e-commerce, marketing internetowy, social media i digitalizacja procesów w małych firmach. W celu rozwinięcia pojęć omawianych w trakcje wykładów studenci mogą skorzystać z konsultacji.
Wymagania wstępne i dodatkowe	Brak

Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się

Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
projekt	51.0%	25.0%
egzamin	51.0%	75.0%

Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	Cieślik J., Przedsiębiorczość dla ambitnych. Jak uruchomić własny biznes, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa, 2006

	Uzupełniająca lista lektur	1. Dean A. Shepherd, Michael P. Peters, Robert D. , Hisrich, Entrepreneurship, Irwin Professional, 2007 2. Bizon W., Poszewiecki A., Markiewicz M., Skurczyński M., Budowanie postaw przedsiębiorczych wśród studentów. Założenie i przebieg projektu Case Simulator, w: Rola e-edukacji w rozwoju kształcenia akademickiego (red. M. Dąbrowski, M. Zając), Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych, ISBN 978-83-63127-11-4, Warszawa 2013 3. Cardullo M. Technological Entrepreneurism, Research Studies Press, 1999
	Adresy eZasobów	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.